

LA COMPETITIVIDAD DE LA MICRO Y PEQUEÑA EMPRESA DESDE LA TRIPLE HÉLICE EN LA REGIÓN DE HUANCAYO, PERÚ.

Elizabeth Ortega Pérez¹

Sofía Leticia Marín Cortes²

Lorenzo Salgado García³

RESUMEN

El desarrollo regional es un proceso en constante construcción y, que, atiende los espacios geográficos, de servicios y de mercancías; estos últimos, tienen como destino el mercado. Así, de manera paralela aparece el Estado, quien tiene como una de sus funciones el articular el desarrollo innovador de las empresas a nivel de región. Esto como un contrapeso a las funciones propias del mercado, espacio donde las microempresas tienen por azares del destino su mejor forma de reproducirse y mantenerse en las funciones sustantivas del mercado.

La investigación realizada en la región de Huancayo Perú se planteó como objetivo un análisis comparativo de la competitividad de la región, en el cual interactuará la Universidad, las empresas y el Gobierno conocida como la triple hélice que, en lo posterior del trabajo, nos vamos a referir con mayor intensidad. Por lo tanto, la investigación realizada es cuantitativa y cualitativa no experimental y su diseño transeccional o transversal de tipo descriptivo. Así, para conocer los niveles de competitividad de las microempresas en la región, fue necesario elaborar cuestionarios, los cuales fueron dirigidos a las personas que concentran la toma de decisiones en la empresa, con la finalidad de encontrar determinados niveles de competitividad de las microempresas en la región planteada como objeto de estudio y que hoy se cuentan con resultados interesantes sobre el tema, los cuales se encuentran plasmados en este trabajo.

Clave: Competitividad, Triple Hélice, Micro y pequeña empresa y región.

¹Doctora en Administración por la Universidad Autónoma de Tlaxcala. Docente de la Universidad Tecnológica de Huejotzingo, Puebla, México. Correo: elizabeth.ortega@uth.edu.mx

² Maestra en Administración por la Universidad Popular Autónoma del Estado de Puebla. Docente de la Universidad Tecnológica de Huejotzingo - Puebla, México. Correo: sofia.marin@uth.edu.mx

³ Doctor en Desarrollo Regional por el Colegio de Tlaxcala, Docente de la Benemérita Universidad Autónoma de Puebla. Correo: economiasalgado@gmail.com

Introducción

La investigación realizada durante la estancia en la región Huancayo, Perú, se asumió como un reto para la vida académica. Así, fue posible plantear algunos ejes que orientaran dicho trabajo. Primero la posibilidad de contar con el apoyo del Gobierno y establecer las bases teóricas metodológicas para el análisis cualitativo y cuantitativo de las microempresas de la región; cuales son sus niveles de competitividad y como se encuentran organizadas en el mercado. La construcción de conocimiento sobre la realidad nos lleva a plantear los sujetos de estudio, el material a utilizar, las herramientas que se utilizarán y el procedimiento a utilizarse para comprobar los resultados planteados al inicio de la investigación, (Ibáñez, 2014).

En este sentido existe ideas comunes entre los diferentes actores que participaron en este proyecto de que, la premisa de identificar y mejorar la competitividad de la micro y pequeña empresa de Huancayo, Perú, dado que son estas empresas las que dinamizan la economía del país. Así, los directivos, microempresarios y dueños de este tipo de empresas para proporcionarnos información tanto general como del ámbito específico del nivel de competitividad que tienen las empresas en la región. Por lo tanto, se pretende abordar y comprender una dimensión de la competitividad mediante el enfoque empresarial, pero a nivel de micro y pequeña empresa, lo que permitirá proponer nuevos modelos en la consecución de los objetivos de crecimiento y desarrollo de este tipo de empresas.

Por lo tanto, fue necesario identificar algunos autores pioneros en el abordaje de la Triple hélice y se encontró que Según (González, 2009) cita a Etzkowitz, 2003 quien argumenta que la Triple hélice se centra en el análisis de las relaciones e interacciones mutuas entre las universidades, las empresas y los gobiernos, los autores afirman que la interacción de estas hélices surgen distintos aspectos como la innovación, la competitividad, la complejidad que es necesario que se analicen con respecto al impacto que estas tienen en la sociedad civil.

Para la parte final del estudio se realiza una *investigación cuantitativa*, según López (2013), es la que diseña y elabora instrumentos para registrar y medir atributos del objeto de estudio, que se traducen en datos matemáticamente interpretables, es decir se trabaja con conceptos que sean medibles mediante el uso de la estadística que se ocupa del conjunto de técnicas que se emplean para recolectar, organizar, analizar e interpretar datos, los cuales pueden ser cuantitativos, valores expresados numéricamente (Kazmier, 2006). Lo primero que debe hacerse es codificar los datos y para esto, se necesita utilizar algún programa de cómputo que lo permita, una vez clasificados se pueden concentrar en una matriz o en una tabla, de manera que queden ordenadas las variables y esta facilite su manejo estadístico. Una vez ordenados y codificados los datos, se realiza un análisis tomando en cuenta los objetivos y las hipótesis de investigación. Para analizarlos se pueden resumir los datos y obtener conclusiones de ellos (López 2013). Una presentación formal de esta información puede considerar la presentación de la información correlacional por que trata de identificar la relación entre las variables generales y específicas, todas ellas relacionadas con la competitividad, esta información presentada de forma gráfica o en tablas, proporciona un amplio panorama de su situación en los mercados y frente a la competencia.

Es importante mencionar que para la realización del presente estudio, se consideran los tres sectores de la economía: comercio, construcción, manufactura y de servicios ya que estas participan con el 3.8% de las microempresas en la región de Junín, además que se concentró el 94.6% del total de las microempresas a nivel nacional, demostrando su relevancia no sólo en número de empresas sino también en la generación de empleo y su participación en el desarrollo socioeconómico del país,

referencia del Directorio Central de Empresas y Establecimientos (DCEE) que registra las unidades económicas formales constituidas en el territorio nacional. Información que a su vez se obtiene de dos fuentes, del Sistema Estadístico Nacional y de la Administración Tributaria (SUNAT), por medio del documento denominado (INEI JUNIN ESTRUCTURA EMPRESARIAL, 2016).

El trabajo, se orienta por los siguientes subtemas: Un primer momento, se aborda el análisis y consideraciones teóricas sobre la competitividad en la región de Huancayo, Perú. Segundo, se hace algunas consideraciones de la competitividad en México y finalmente algunos resultados de la investigación en la región.

Consideraciones teóricas de la competitividad

“El tema de la competitividad cobra cada vez mayor vigencia. Para tener éxito en la economía globalizada, las empresas, las regiones y los países tienen que ser competitivos, es decir, hábiles para colocar sus productos y servicios en el mercado mundial. Hoy, las guerras no se ganan con misiles sino con precios y calidad. Los vencedores serán aquellos países o regiones que comprendan la necesidad del cambio y logren adecuarse oportunamente a la economía del siglo XXI. El giro hacia una economía competitiva requiere de una cultura que deje atrás viejos dogmas o principios, e implica que se comprenda con claridad los roles que deben desempeñar los sectores público y privado, el primero como facilitador y el segundo como ejecutor.

Asumir la competitividad de manera cabal y eficiente deber ser la tarea prioritaria de los próximos años como parte de un proyecto nacional en el que participe toda la sociedad. Volcarse a ser más competitivo es, quizá, la mejor opción que los países en vías de desarrollo tienen para lograr mejores niveles de vida para su población.” (Indacochea et al., 2005:67)

En este sentido, Michael Porter, señala: *“La competitividad de una nación o de una industria depende de la capacidad para innovar y mejorar permanentemente”*. (Porter, 1990,70)

(Porter, 1985) señala dos puntos determinantes de las ventajas competitivas de una nación: exportar e invertir. A medida que una nación posea empresas, esto es que tenga los procesos esenciales de una empresa en su territorio, que exporten o que inviertan en el exterior, su prosperidad económica será mejor.

En la teoría de la ventaja competitiva la principal meta económica de cualquier nación es producir un alto y creciente nivel de vida para sus ciudadanos (Porter, 1990: 28). La productividad es vista como el principal determinante, a largo plazo, de nivel de vida de una nación, pues establece los salarios de los recursos humanos y el rendimiento de los poseedores de capital.

Al hablar sobre competitividad no lo hace a nivel nacional sí, no más bien por sectores, ya que ninguna nación puede ser competitiva en todo (y exportadora neta en todo).

Según Porter (1990), las naciones están más cercanas de tener éxito en industrias o segmentos de la industria donde el “diamante nacional” es más favorable. El diamante tiene 4 componentes correlacionados: 1) las condiciones en factores, 2) las condiciones de la demanda, 3) las industrias relacionadas y proveedoras, y 4) estrategia, estructura y rivalidad de las firmas. Además, hay dos factores exógenos: el azar y el gobierno.

Modelos de Competitividad e innovación en América Latina.

Al realizar la indagación para identificar modelos existentes, para determinar el nivel de competitividad en el ámbito internacional, se encontraron cuatro de ellos citados en la investigación denominada: Perfil de competitividad y capital humano de empresas basadas en la innovación de (Patlan, 2013).

Patlan, et al (2013), cita a Cerrato y Depperu (2011) quienes proponen el modelo de competitividad de la empresa en dos dimensiones: la primera describe la naturaleza de la competitividad y la segunda proporciona el enfoque de la competitividad con enfoque estático contra un enfoque dinámico que pone énfasis en dos aspectos relevantes: los recursos e insumos de que dispone la empresa y su transformación para generar ventajas competitivas superiores a las de su competencia y en la competitividad como resultado de diversos factores.

Patlan, et al (2013), cita a Ma y Liao (2006) propone el modelo de competitividad de la empresa en tres dimensiones enfocadas a la capacidad de innovación: las competencias para explotar recursos, competencias tecnológicas, competencias directivas. Las tres dimensiones actúan de forma sincronizada e interdependiente, es decir, una influye y aporta a la otra.

Saavedra (2014), cita a Martínez y Álvarez (2006) al proponer el Mapa de competitividad del BID, desarrollado por el Banco Interamericano de Desarrollo y adaptado por la Cámara de Comercio de Medellín y Antioquía, utilizado en el diagnóstico organizacional de la Pyme; que visualiza a la organización como un sistema integrado por nueve áreas que al interrelacionarse mejoran el desempeño de la organización.

Los Modelos de Competitividad en México, con aplicaciones regionales

Durante la investigación también se identificaron modelos específicamente para el contexto mexicano y es el Instituto Nacional del Emprendedor (INADEM) a través del Instituto para el Fomento a la Calidad Total (IFCT), que encomienda la administración del premio nacional de calidad y quien propone dos modelos: el modelo nacional para la competitividad, así como el modelo nacional para la competitividad de micro y pequeñas empresas.

El IFCT (2015), propone el modelo nacional para la competitividad que tiene como propósito generar un ejército de autoevaluación y de reflexión estratégica en las empresas que contribuya al desarrollo de ventajas competitivas difíciles de imitar a fin de aprovechar, mejorar y responder a las oportunidades del entorno considerando: Los resultados de competitividad y sustentabilidad, la reflexión estratégica y las capacidades clave, la ejecución de la estrategia.

IFCT (2015), propone el modelo nacional para la competitividad de micro y pequeñas empresas. El Modelo, responde a la necesidad de fortalecer la capacidad de administración de las micro y pequeñas empresas, sirviendo como una plataforma de profesionalización, crecimiento, viabilidad y sostenibilidad; haciendo énfasis en la conformación de un modelo de negocio que identifica y promueve los resultados hacia sus grupos de interés, es decir, el impulso de formas innovadoras de generar ingresos para la rentabilidad sostenida y satisfacción del cliente para su lealtad, por lo que sustenta la terminología utilizada en el modelo Canvas (instrumento para el diseño de modelos de negocios innovadores), asegurando que este esquema integra la gran mayoría de los conceptos que utiliza el modelo por lo que son complementarios fijando sus principios en: el liderazgo estratégico, en los resultados, en el enfoque del cliente, la calidad total, responsabilidad por la gente, impulso a la innovación, construcción de alianzas, corresponsabilidad social.

Una vez analizados cada uno de los modelos de México y América Latina, se identificaron principales indicadores de competitividad, que los diversos autores expertos en el tema mencionan, para evaluar a la empresa.

González (2009) refiere que este modelo se centra en el análisis de las relaciones e interacciones mutuas entre las universidades y los entornos científicos como primera hélice, las empresas e industrias como segunda hélice y las administraciones o gobiernos como tercera hélice.

Chang (2010) cita a Etzkowitz y Klofsten (2005) de quienes resalta tres elementos básicos de la triple hélice:

- El papel de la Universidad es de suma importancia porque esta genera un proceso de vinculación con la industria y el gobierno, en esta sinergia se genera innovación basada en la sociedad del conocimiento.
- La vinculación que se genera entre la Universidad, la empresa y el gobierno establece una colaboración con resultados específicos y de innovación.
- Además de cumplir con sus funciones tradicionales, cada ámbito institucional también toma el papel de los roles de otros, es decir que permitirá que se integre el modelo a más regiones.

Por su parte Chang, (2010), sostiene que la Triple Hélice surge como respuesta a la creciente necesidad de relacionar estrechamente las actividades científicas, tecnológicas, y productivas con el objetivo de hacer frente a la demanda del mercado.

La relación del Gobierno, Universidad y empresa para el caso de México.

“En el caso del análisis competitivo, el termino visión expresa aquello que se quiere hacer de un país, una región o una empresa y la forma, políticas y estrategias para conseguirlo. Formular una visión es orientar la búsqueda del desarrollo hacia objetivos precisos.” (Indacochea et al., 2005:76 -77)

Como lo menciona Indacochea (2005), las empresas, los gobiernos y el sector educativo deben situarse en un contexto actual, que les permita tener una visión compartida de crecimiento y desarrollo sostenible, para insertarse en un mundo globalizado.

Refiere una perspectiva de mediano y largo plazo, es decir no centrarse en aspectos corto placistas e involucrar a la sociedad para el desarrollo económico.

Hacer uso de los recursos con los que cuenta cada agente económico, para el logro de objetivos concretos, utilizando de forma adecuada todos los recursos disponibles.

Impulsar el sentido de identidad regional, que dimensione la tarea del desarrollo.

Los procedimientos metodológicos de la propuesta de trabajo

Es importante mencionar que, para efectos del estudio de competitividad en la micro y pequeña empresa, se consideraron aspectos: Económico, Administrativo, Empresarial, bajo el enfoque de la triple hélice, se consideraron 48 indicadores de competitividad para el diseño del instrumento.

Se elaboró un cuestionario inicial el cuál se sometió a evaluaciones previas para determinar su grado de confiabilidad por medio del análisis de expertos en el tema de competitividad y a encargados del Centro de Desarrollo Empresarial y por medio de prueba piloto.

Para determinar la confiabilidad y validación del instrumento se realizaron los siguientes pasos:

1. Formulación del instrumento o herramienta que es un cuestionario
2. Selección de autores principales relacionados con el tema
3. Validación de cara del cuestionario basada en investigaciones previas a este tipo de empresas
4. Evaluación de la confiabilidad o fiabilidad de la encuesta por medio del método de consistencia interna basado en el alfa de Cronbach debido a que los ítems fueron diseñados en escala Likert.
5. Lo antes mencionado se trabajó en el sistema SPSS, desde la prueba piloto hasta los resultados mismos de la investigación.

El instrumento se dividió en dos partes, la primera parte corresponde a los aspectos generales de la micro y pequeña empresa con 12 ítems, la segunda parte aborda el tema específico de competitividad e innovación con 25 variables relacionadas con este tema, de las cuales se estructuraron 48 ítems o enunciados con los que el empresario se sentirá identificado al describir con lo que ya cuenta la empresa, la calificación se muestra con una escala Likert del uno al cinco, considerando a cinco como la más alta y uno como la más baja competitividad.

5. Muy alta competitividad
4. Alta competitividad
3. Regular competitividad
2. Baja competitividad
1. Nula competitividad

Se procedió a elaborar el cuestionario nuevamente para su aplicación final, considerada esta como la versión final del cuestionario que consta de 60 ítems distribuidos en dos partes, dividiendo el cuestionario en dos partes:

- Datos generales
- Competitividad e Innovación

En cuanto a los aspectos generales de la empresa comprende: Nombre de la empresa, año en que se fundó, giro de la empresa, número de trabajadores al inicio de la empresa, número de trabajadores no pagados y número de mujeres que laboran en la empresa, responsabilidad social, interés por cuidar el medio ambiente y con respecto al tema de competitividad e innovación se miden a este tipo de empresas con 25 indicadores y 48 ítems de las variables a analizar en la investigación.

El tipo de investigación que se plantea en este trabajo es de corte dinámico, por ello, según (López, 2013) la aplicación del modelo es mixto, ya que incluye una investigación cuantitativa y cualitativa no experimental transaccional o transversal de tipo descriptiva, la cual busca una explicación del fenómeno de estudio. Así como el método de investigación para la obtención de la información verídica, resultado de un procesamiento y análisis de la información cuantitativa y cualitativa del trabajo de campo.

La investigación no experimental se divide en investigación no transaccional o transversal que se estudia en un momento determinado distintos grupos de sujetos o de objetos; es decir se recolecta información en un momento específico y único. A su vez, se divide en investigación exploratoria, descriptiva, correlativa, causal y evaluativa. (López, 2013).

De acuerdo con lo antes mencionado y para efectos del presente estudio relacionado con la competitividad se elaboró un instrumento de investigación de campo, por medio de la aplicación de un cuestionario, dirigido a las personas quienes toman la mayor parte de las decisiones en la empresa.

La recolección de información se efectuó de la data de empresas del Ministerio de la Producción a través del Centro de Desarrollo Empresarial en alianza con la Universidad Continental.

Resultados de la Investigación e impacto en la región Huancayo, Perú.

El desarrollo económico del país, no se puede entender sin la participación de todos los sectores económicos, sociales y políticos de una sociedad determinada; sus interrelaciones a nivel de la micro y macroeconomía son de primer orden para impulsar el crecimiento de la microempresa y estas se constituyen como el motor del desarrollo regional.

En este orden de ideas, el trabajo desde inicio busco encontrar los niveles de competitividad de las microempresas en la región de Huancayo Perú, las búsquedas de estos valores estadísticos a nivel cuantitativo y los niveles a nivel cualitativo con el objetivo de presentar algunos resultados de la investigación sobre lo importante que es la región frente a las demás.

Considerando que existen regiones pobres y regiones ricas, esto explica en cierta medida el desequilibrio que existe a nivel de región y que para poder encontrar cierto equilibrio se requiere de la participación del Gobierno con políticas publicas eficientes y permitan elevar los niveles de competitividad de las empresas; un segundo elemento importante es la participación del mercado, la orientación de política pública es muy dinámica desde el ángulo del impulso del neoliberalismo. Los diversos instrumentos aplicados en lo extenso de la investigación, arrojo resultados relevantes sobre el nivel de competitividad que guardan las microempresas en la región antes señalada y que se pueden observar en lo siguiente.

En relación a las respuestas de las 75 empresas de los seis estratos de unidades económicas estudiadas con 25 indicadores seleccionados para medir la competitividad, la innovación y el desarrollo empresarial de la micro y pequeña empresa se identificó que en cuanto a ventajas comparativas el 44.00% de ellas se identifican con alta competitividad, mientras que en cuanto a ventajas competitivas en promedio el 39.11% de ellas se identifica en alta competitividad y tan solo el 21.04% se identifica con muy alta competitividad, en cuanto a que sí sus costos son competitivos el 45.33% mencionan que sus costos son regulares, en cuanto a su relación con el cliente el 46.01% de las empresas se consideran con una alta competitividad porque mantienen relaciones estrechas con los clientes, en cuanto a la variable marca, indica una alta competitividad de 26.67% porque los clientes identifican el negocio, el producto o el servicio por el nombre, aunque se puede identificar que el 37.33% de las empresas no ha realizado ningún registro de marca a pesar de esto mantiene una relación estrecha con la siguiente variable que es la reputación de la marca en el mercado, puesto que el 37.33% de las empresas coinciden en que se mantiene una muy alta competitividad en cuanto a esta variable, en cuanto al indicador de procesos y sistemas el 70.67% de estas empresas se evaluó en alta competitividad, otro aspecto por demás importante es la tecnología incorporada a las empresas para eficientar sus procesos, se puede observar que el 34.67% de ellas se evalúan en alta

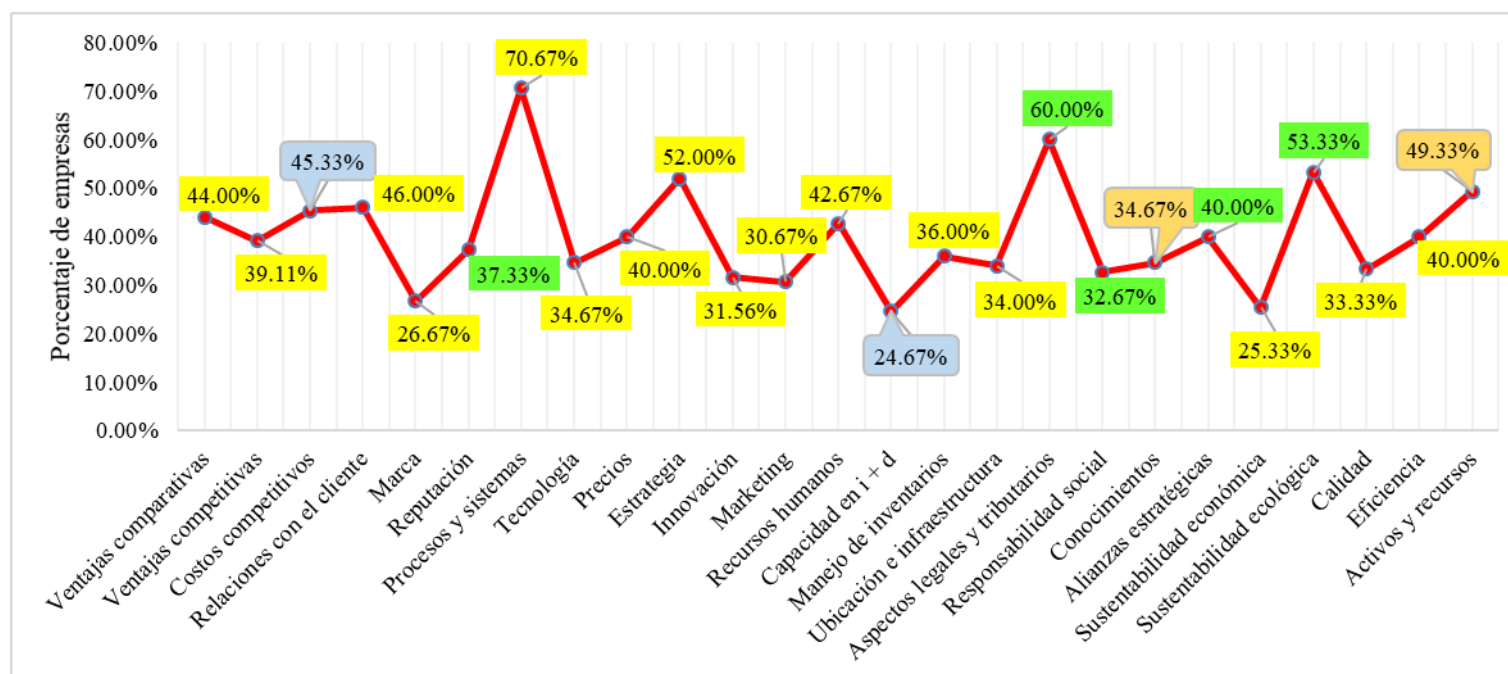
competitividad, en cuanto a la determinación de sus precios el 40% de ellas se identifican en alta competitividad y bajo esta misma escala de alta competitividad evalúan el 52% de ellas en cuanto a las estrategias, el 31.56% referente a la innovación, el indicador de marketing es del 30.67% de alta competitividad, para el indicador referente a recursos humanos quienes 42.76% de los empresarios se evalúan con alta competitividad, para el indicador de investigación y desarrollo, se observa que el 24.67% de estas empresas se evalúan en regular competitividad, en cuanto al indicador referente al manejo de inventarios 36% se evalúan en alta competitividad, en tanto a la ubicación e infraestructura el 34% se evalúa en alta competitividad, sin embargo también se identificó una fuerte área de oportunidad en torno a dos aspectos fundamentales para la operación de una empresa: Tributación y responsabilidad social porque el 60% de estas empresas afirman realizar aspectos de tributación, así como el 32.76% de las empresas se evaluó con muy alta competitividad para responsabilidad social, la tabla nos muestra que el 34.67% de las empresas tienen nula competitividad en cuanto a experiencia en el negocio aunque cuentan con los conocimientos para hacer bien lo que hacen, pero el 40% desconocen cómo hacer alianzas estratégicas, así mismo lo relacionado a sustentabilidad económica cuentan con el 25.33% de alta competitividad y el 53.33 % de muy alta competitividad en sustentabilidad ecológica, en lo que respecta a la calidad el 33.3% se evalúan con alta competitividad, las empresas conocen los términos que el indicador conlleva y la relación que tiene este con la eficiencia de la empresa porque el 40% se evalúan con alta competitividad, y finalmente se identificó que en promedio el 49.33% de este tipo de empresas no dispone de activos y recursos para realizar su operación diaria, así como tampoco participa en programas de gobierno para eficientar sus procesos o mejorar aspectos específicos de la empresa. Como se muestran a continuación:

Tabla 1. Frecuencia de Indicadores de Competitividad

	Ventajas competitivas	Ventajas competitivas	Costos competitivos	Relaciones con el cliente	Mirada	Reputación	Procesos y sistemas	Tecnología	Precios	Estrategia	Innovación	Marketing	Recursos Humanos	Capacidad en I+D	Manejo de inventarios	Ubicación e infraestructura	Aspectos legales y tributarios	Responsabilidad social	Conocimientos	Alianzas estratégicas	Sustentabilidad económica	Sustentabilidad ecológica	Calidad	Eficiencia	Activos y recursos
	Ind 1	Ind 2	Ind 3	Ind 4	Ind 5	Ind 6	Ind 7	Ind 8	Ind 9	Ind 10	Ind 11	Ind 12	Ind 13	Ind 14	Ind 15	Ind 16	Ind 17	Ind 18	Ind 19	Ind 20	Ind 21	Ind 22	Ind 23	Ind 24	Ind 25
Muy Alta competitividad	18.67%	21.04%	14.67%	33.33%	20.67%	37.33%	57.33%	20.00%	24.00%	20.00%	18.22%	29.67%	24.67%	10.00%	33.33%	30.00%	60.00%	32.67%	14.67%	40.00%	20.00%	53.33%	27.33%	25.33%	9.33%
Alta competitividad	44.00%	39.11%	34.67%	46.00%	26.67%	38.67%	70.67%	34.67%	40.00%	52.00%	31.56%	30.67%	42.67%	19.33%	36.00%	34.00%	28.00%	22.67%	26.67%	29.33%	25.33%	37.33%	33.33%	40.00%	13.33%
Regular competitividad	34.00%	27.41%	45.33%	17.33%	18.00%	17.33%	45.33%	22.67%	17.33%	21.33%	23.56%	20.00%	21.33%	24.67%	13.33%	24.67%	2.67%	9.33%	17.33%	20.00%	22.67%	8.00%	17.33%	22.67%	12.00%
Baja competitividad	2.67%	8.59%	5.33%	3.33%	13.33%	2.67%	8.00%	14.67%	14.67%	5.33%	12.89%	9.33%	4.00%	22.00%	9.33%	8.00%	1.33%	9.33%	6.67%	6.67%	14.67%	0.00%	9.33%	8.00%	16.00%
Nula competitividad	0.67%	3.85%	0.00%	0.00%	21.33%	4.00%	18.67%	8.00%	4.00%	1.33%	13.78%	10.33%	7.33%	24.00%	8.00%	3.33%	8.00%	26.00%	34.67%	4.00%	17.33%	1.33%	12.67%	4.00%	49.33%

Fuente: Elaboración propia, investigación 2017.

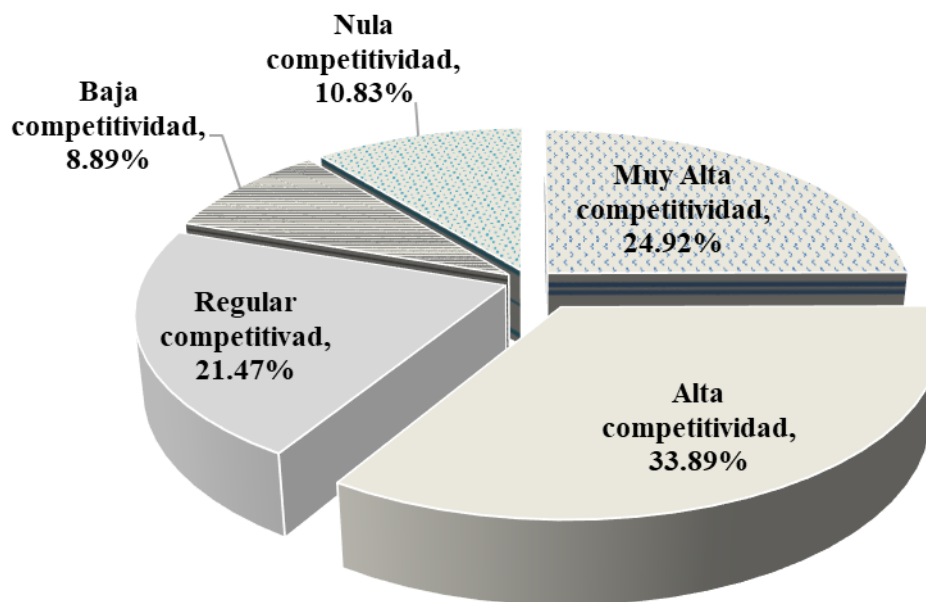
Grafica 1. Indicadores de competitividad



Fuente: Elaboración propia, investigación 2017.

Considerando la evaluación de manera general con los indicadores de competitividad y con la escala aplicada, las empresas se ubican en los siguientes resultados, muy alta competitividad en un 24.92%, Alta competitividad 33.89%, regular competitividad 21.47%, baja competitividad 8.89%, y nula competitividad 10.83%, como se muestra en la gráfica 2.

Gráfica 2. Indicadores globales de competitividad empresarial



Fuente: Elaboración propia

Discusión

El objetivo del estudio fue Identificar el nivel de competitividad de la Mipe, desde el enfoque de la triple hélice, lo anterior derivado de la relación que se construyó entre el gobierno de Junín y la Universidad Continental, nacen como proyecto en el año 2002. Desde entonces han participado en diversas capacitaciones y eventos nacionales e internacionales que han fortalecido su operación. Actualmente, son parte de la Asociación Peruana de Incubadoras de Empresas (PERUINCUBA), como Socio Fundador.

Durante 14 años vienen trabajando en el desarrollo de actitudes y competencias emprendedoras de sus estudiantes y egresados, brindándoles herramientas necesarias para generar ideas y propuestas creativas e innovadoras, así como una estrecha vinculación con las microempresas al contar con el apoyo de la incubadora de empresas.

El Centro de Emprendimiento de la Organización Educativa Continental (CDE), cultiva dos líneas de apoyo:

- Una línea de apoyo para todo emprendedor que desea hacer empresa y contribuye a generar una cultura emprendedora.
- Y una segunda línea para todo aquel que ya tiene empresa y necesita ser orientado y asesorado de manera personalizada para que su negocio sea sostenible en el mercado.

A través de un espacio en la Universidad se informa, capacita y da asesoría a las microempresas y se les invita a participar de las diferentes actividades y servicios que van desarrollando.

Al hacer la investigación en las micro y pequeñas empresas, se puede constatar que estas se evalúan con alta competitividad porque han sido capacitadas por el Centro de Emprendimiento de la Organización Educativa Continental(CDE) de Huancayo, Perú, este centro es una alianza bipartita entre el gobierno de este estado, que se encuentra dentro de las instalaciones de la Universidad Continental, con beneficio para las micro y pequeñas empresas que han creado una estrecha relación, este tipo de empresas acuden al llamado del CDE, por asesoría, capacitación, consultoría en diferentes temas: legal, jurídica, comercial, contable, administrativa, lo que ha permitido que algunos empresarios cambien esquemas tradicionales por mejores prácticas, el centro y la Universidad han logrado impactar en algunas micro y pequeñas empresas, pues al aplicar el instrumento de medición basado en diferentes autores, relacionados con el tema de competitividad bajo tres enfoques económico, administrativo, empresarial del que se obtuvieron indicadores de competitividad para el diseño del instrumento de evaluación por medio del cual se ha podido comprobar que sí se puede identificar el nivel de competitividad de las empresas de la data proporcionada y con los resultados ya mencionados, considerando un buen porcentaje de estas unidades económicas se encuentran, con la posibilidad de incrementar el nivel de competitividad con la asesoría del Centro de Desarrollo Empresarial.

De acuerdo a lo anterior, sería necesario contrastar este resultado con empresas del mismo sector que no pertenecen a la data de CDE, para que sean evaluadas por el mismo instrumento de medición para obtener un panorama de competitividad global, he identificar si estas alcanzan el mismo nivel de competitividad para que puedan responder a los cambios actuales que requiere el mercado y la sociedad.

Conclusión

Considerando los indicadores de competitividad en la evaluación, de manera general y con la escala aplicada, las empresas se ubican en los siguientes resultados, muy alta competitividad en un 24.92%, Alta competitividad 33.89%, regular competitividad 21.47%, baja competitividad 8.89%, y nula competitividad 10.83%. Las empresas muestran un resultado muy alentador en cuanto a su competitividad, no por eso deben disminuir los esfuerzos empresariales y vincularse con las Universidades quien poseen el conocimiento, con el gobierno quien posee los recursos financieros para poder alcanzar mayor participación en el mercado local y crecer como empresa, esta actividad sin duda contribuirá al desarrollo económico y social de la sociedad a nivel local, regional y nacional.

Agradecimientos

Al Centro de Desarrollo Empresarial (CDE) de la Universidad Continental de Huancayo Perú; bajo la Dirección del Ing. Manuel Díaz Llanes por su apoyo y colaboración para realizar el proyecto de investigación sobre la “Identificación del nivel de competitividad de las Mipes capacitadas por el Centro de desarrollo Empresarial de Huancayo en 2017”, mismo que proporcionó información de las diferentes empresas ubicadas en la zonas de Huancayo Capital y el Distrito del Tambo. Lo cual permitió la accesibilidad a los empresarios para aplicar las encuestas respectivas.

Es sin lugar a dudas de gran beneficio esta alianza tripartita entre academia, gobierno y empresa para contribuir a mejorar el nivel de vida económico y social de la población.

REFERENCIAS

- Chang, C. H.** (2010). El modelo de la triple hélice como un medio para la vinculación entre la Universidad y la empresa. *Revista Nacional de Administración*, 1(1), 1, 85-94.
- Censos economicos.** (01 de Enero de 2015). *INEGI*. Recuperado el 28 de 08 de 2016, de censos economicos: www.inegi.org.mx
- Lopez, O. M.** (2013). *El recurso de la metodología. Camino a la investigación* (primera edición 2014 ed.). (O. M. Lopez, Ed.) México, México, México: Reims.
- González, d. I.** (2009). El modelo de la triple hélice de relaciones de Universidad, Industria y Gobierno: Un análisis crítico. *Arbor Ciencia, Pensamiento y Cultura*, 740.
- Ibáñez, B. B.** (2014). *Manual para la elaboración de tesis* (2a. Edición ed.). México, México, México: Trillas.
- IFCT.** (2015). *Modelo Nacional para la competitividad de micro y pequeñas empresas en México* (Vol. 1). México.
- Indacochea, A. A.** (2005). *Agenda para el desarrollo competitivo del Perú* (1a Edición ed., Vol. 1). Junín, Valle del Mantaro, Perú: Centro de Negocios/Pontificia Universidad Católica del Perú.
- INEGI.** (01 de 01 de 2016). *INEGI*. (Deneue, Productor, & Directorio estadístico nacional de unidades económicas) Recuperado el 13 de 08 de 2016, de inegi.org.mx: www.beta.inegi.org.mx
- INEI JUNIN ESTRUCTURA EMPRESARIAL.** (2016). *Censos económicos*. JUNIN, Huancayo, PERÚ.
- Kazmier, L. J.** (2006). *Estadística aplicada a administración y economía* (3a edición ed.). (L. J. Kazmier, Ed., & R. M. Hano, Trad.) Arizona, E.U: MC.Graw Hill.
- Méndez, A. C.** (2014). *Metodología, Diseño y desarrollo del proceso de investigación con énfasis en ciencias empresariales* (4a ed., Vol. 121). (A. C. Mendez, Ed.) México, México, México: Limusa.
- Patlan, P. J.** (2013). Perfil de competitividad y capital humano de empresas mexicanas basadas en la innovación. (J. Patlan, D. Navarrete, & R. García, Edits.) *Revista científica electrónica de ciencias gerenciales. Scientific e journal of management sciences* (24), 109-140.
- Porter, M.** (1985). *Competitive Advantage: Creating and sustaining Superior Performance*. EUA.
- Porter, M.** (1990). *The competitive Advantage of Nation*. Nueva York, E.U: The free Press.
- Saavedra, G. M.** (2014). *Hacia la determinación de la Competitividad de la Pyme Latinoamericana* (Primera Edición ed.). México, Distrito Federal, México: Publicaciones empresariales UNAM.
- Villarán, C. G.** (2017). La ruta del emprendedor. *Para emprender* (5), 8-9.